

**KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI
PUSAT KEBUGARAN MERAPI VIEW GYM PERUMAHAN
PESONA MERAPI SLEMAN YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Olahraga



Oleh :
Riza Kurniyawan
09603141023

**PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
JUNI 2016**

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di Pusat Kebugaran Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta” yang disusun oleh Riza Kurniyawan, NIM 09603141023 ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.

Yogyakarta, 22 Juni 2016
Pembimbing,



Sulistiyono. M.Pd
NIP. 197612122 008121 001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di Pusat Kebugaran Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta”, benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam halaman pengesahan adalah asli. Jika tidak asli, saya siap menerima sanksi ditunda yudisium pada periode berikutnya,

Yogyakarta, 20 Juni 2016
Yang menyatakan,



Riza Kurniyawan
NIM. 09603141023

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di Pusat Kebugaran Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta” yang disusun oleh Riza Kurniyawan, NIM 09603141023 ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal, 1 Juli 2016 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Sulistiyono, M.Pd.	Ketua Penguji		19/7.2016
Fatkurahman Arjuna, M.Or	Sekretaris Penguji		19/7.2016
Sigit Nugroho, M.Or	Penguji I		12/7.2016
Cerika Rismayanthi, M.Or	Penguji II		15/7.2016

Yogyakarta, Juli 2016

Fakultas Ilmu Keolahragaan
Dekan,

Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed
NIP.196407071988121001

MOTTO

- ❖ Cukuplah Allah untuk (menolong) kami dan Allah adalah sebaik-baik pengurus (yang terserah kepadaNya segala urusan kami). (Ali Imran ayat 173).
- ❖ Apa gunanya ilmu kalau tidak memperluas jiwa seseorang sehingga ia berlaku seperti samudra yang menampung sampah-sampah. Apa gunanya kepandaian kalau tidak memperbesar kepribadian seseorang sehingga ia makin sanggup memahami orang lain. (Emha Ainun Nadjib)
- ❖ Jika ada kemauan dan usaha semua pasti bisa dikerjakan.
- ❖ Kebaikan tidak bernilai selama diucapkan akan tetapi akan bernilai sesudah dikerjakan.

PERSEMBAHAN

- ❖ Bapak dan ibu tercinta.
- ❖ Keluarga besar yang selalu memberikan motivasi dan menjaga kekompakan dan keutuhan dalam keluarga.
- ❖ Semua teman-teman yang tidak dapat saya sebut satu per satu.
- ❖ Sahabat-sahabat seperjuangan IKORA 09
- ❖ Almamaterku.

**KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI
PUSAT KEBUGARAN MERAPI VIEW GYM PERUMAHAN
PESONA MERAPI SLEMAN YOGYAKARTA**

Oleh
Riza Kurniyawan
09603141023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di pusat kebugaran Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta, yang terdiri dari faktor *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan metode survei dengan teknik pengambilan datanya menggunakan angket. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh member pusat kebugaran Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dengan jumlah 30 responden. Uji validitas instrumen menggunakan korelasi *product moment* dan diperoleh hasil 30 soal dinyatakan valid dengan nilai korelasi $\geq r$ tabel 0.3061 atau probabilitas output SPSS $\leq 0,05$. Uji Reliabilitas Instrumen menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dan memperoleh koefisien reliabilitas antara 0.80-1.00. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif yang dituangkan dalam bentuk persentase.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di pusat kebugaran Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta sebagian besar menyatakan dalam kategori “Baik”. Adapun persentasenya adalah sebagai berikut, “Baik Sekali” sebesar 3 %, “Baik” sebesar 57 %, “Sedang” sebesar 17 %, “Kurang” sebesar 20 %, “Kurang Sekali” sebesar 3 %.

Kata Kunci : kepuasan, pelayanan, *fitness*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa, atas limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : “Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di Pusat Kebugaran Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta”.

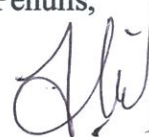
Penulis sadar bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itulah pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab ,M.Pd., MA., selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta atas kesempatan yang diberikan kepada peneliti untuk menempuh studi sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi.
2. Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed, selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam perijinan penelitian.
3. dr. Prijo Sudibjo, M.Kes, Sp.S, selaku Ketua Jurusan PKR dan Ketua Prodi IKOR FIK UNY yang telah berkenan memberikan ijin penelitian dan memberikan bimbingannya.
4. Sulistiyono, M.Pd, selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sangat sabar memberikan bimbingan dan sangat pengertian selama penulisan skripsi ini.
5. Sumarjo, M.Kes, selaku pembimbing akademik yang telah berkenan memberikan ijin penelitian dan memberikan bimbingannya.

6. Ir. Fakharurraji selaku Kadiv Realty Pesona merapi serta jajaran staf dan karyawan yang telah memberikan izin dan membantu saya dalam melakukan penelitian.
7. Kedua orang tuaku yang telah memberikan doa, bimbingan, motivasi, dan kasih sayang yang berlimpah.
8. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu selama penulis kuliah di Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.
9. Teman-teman IKOR angkatan 2009 dan rekan-rekan semua yang tidak memungkinkan disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam rangka penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang juga telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Dengan menghaturkan rasa syukur kepada Allah SWT, semoga pembaca dapat menikmati dan memperoleh manfaat dari karya ini. Amin.

Penulis,



Riza Kurniyawan
NIM. 09603141023

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
 BAB II. KAJIAN PUSTAKA	 7
A. Deskripsi Teori	7
1. Hakikat Kualitas	7
2. Hakikat Pelayanan	12
3. Hakikat Jasa	13
4. Hakikat Kepuasan	15
5. <i>Fitness Center Merapi View</i>	18
B. Penelitian yang relevan	19
C. Kerangka Berfikir	20

BAB III. METODE PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian	22
B. Tempat dan Waktu Penelitian	22
C. Definisi Operasional Penelitian	22
D. Populasi dan Sampel Penelitian	23
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	24
F. Teknik Analisis Data	29
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Deskripsi Lokasi, Waktu dan Subjek Penelitian	31
B. Deskripsi Uji Coba Angket	31
C. Deskripsi Data Penelitian	32
D. Hasil Penelitian	33
E. Pembahasan	45
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	51
A. Kesimpulan	51
B. Implikasi	51
C. Keterbatasan Penelitian	51
D. Saran-Saran	52
 DAFTAR PUSTAKA	54
 LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Daftar Tempat Pusat Kebugaran di Yogyakarta	2
Tabel 2. Penskoran Jawaban Responden	25
Tabel 3. Kisi-Kisi Angket	26
Tabel 4. Skor Baku Kategori	32
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran <i>Merapi View Gym</i>	33
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Berdasarkan Faktor <i>Tangibles</i>	35
Tabel 7. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Berdasarkan Faktor <i>Reliability</i>	37
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Berdasarkan Faktor <i>Responsiveness</i>	39
Tabel 9. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Berdasarkan Faktor <i>Assurance</i>	41
Tabel 10. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Berdasarkan Faktor <i>Emphaty</i>	43

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Berpikir	21
Gambar 2. Histogram kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran <i>Merapi View Gym</i> Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta.....	34
Gambar 3. Histogram Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Berdasarkan Faktor <i>Tangibles</i>	36
Gambar 4. Histogram Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Berdasarkan Faktor <i>Reliability</i>	38
Gambar 5. Histogram Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Berdasarkan Faktor <i>Responsiveness</i>	40
Gambar 6. Histogram Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Berdasarkan Faktor <i>Assurance</i>	42
Gambar 7. Histogram Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Berdasarkan Faktor <i>Emphaty</i>	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN.....	56
Lampiran 1. Angket Penelitian	57
Lampiran 2. Koding Uji Coba Instrumen	60
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
Lampiran 4. Tabel Uji Coba Instrumen	73
Lampiran 5. Koding Hasil Penelitian Keseluruhan.....	75
Lampiran 6. Data Hasil Penelitian	81
Lampiran 7. Dokumentasi.....	87

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyak orang merasakan bahwa dengan badan yang bugar, aktivitas mereka dapat berjalan lancar tanpa merasakan kelelahan yang berarti, juga tuntutan orang untuk tampil percaya diri dengan proporsi tubuh yang ideal merupakan harapan bagi setiap orang. Pencegahan penyakit juga di jadikan alasan orang untuk melakukan olahraga, karena bagaimanapun juga mencegah itu lebih baik daripada mengobati. Proses pencegahan biasanya cenderung memakan biaya dan waktu yang lebih sedikit daripada mengobati.

Masyarakat mendapatkan semua itu mereka dapat mendatangi pusat-pusat kebugaran yang ada. Klub kebugaran merupakan salah satu perusahaan jasa pelayanan kebugaran sebagai salah satu wahana menuju sehat. Klub kebugaran ini menyediakan pelayanan jasa untuk memenuhi apa yang diinginkan oleh setiap orang yang datang ke tempat tersebut, tentunya dalam memperoleh tubuh yang sehat. Pengertian jasa sendiri menurut Kotler (1998: 83) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Jasa merupakan produk yang tidak kelihatan dan memiliki karakteristik yang berbeda dengan karakteristik produk yang berupa barang.

Dengan memperhatikan perkembangan dunia olahraga pada saat ini pusat-pusat klub kebugaran pun kini semakin bermunculan. Khususnya di Yogyakarta ini banyak sekali bermunculan perusahaan yang terjun di bidang penyedia layanan jasa pusat kebugaran. Hotel-hotel di Yogyakarta pun kini juga menyediakan fasilitas pusat kebugaran. Tabel dibawah ini menunjukkan data beberapa penyedia pusat kebugaran yang ada di Yogyakarta.

Tabel 1. Beberapa Pusat Kebugaran di Yogyakarta

No	Nama	Alamat
1	Max Gym	Jl. Melati Kulon 10 Baciro
2	Bina Dinamika Raga PT	Jl Wates Km 3 Ruko Bayeman Permai 17
3	Kirana Health Club	Jl Gejayan Kompl Colombo
4	Safira Delta Perkasa PT	Jl Tunjung Baru 6-B
5	Bahtera Fitness	Jl. Andong No. 1
6	Fit & Plus	Komp. Ruko Gawok Wates No 78. Kulon Progo
7	Flaminggo	Jln. Hayam wuruk No. 118
8	Flamingo Fitness Center	Jl Hayam Wuruk 118
9	HBP Fitness & Aerobic	Jln. Laksda Adisucipto Km.6,5 No.31 (Gedung Sumber Arum)
10	Kartika Dewi Fitness Centre	Jl Bhayangkara 35
11	Planet Aerobik 3 Kartika Dewi	Jl Batikan 9
12	Seturan Fitness Center	Jl.Seturan Raya Kampus STIE YKPN
13	Victory Fitness Centre	Jl Veteran 19-23
14	Ibis Yogyakarta Malioboro	Jalan Malioboro No 52-58 Yogyakarta
15	Melia Purosani Hotel	Jl. Suryotomo No. 31 Yogyakarta
16	Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa	JL Laksda Adisucipto KM 8.7 Depok, Yogyakarta
17	Grand Quality Hotel Yogyakarta	Jl Adisucipto No 48 Depok, Yogyakarta
18	Jogjakarta Plaza Hotel	Jl. H. Affandi, Gejayan,

		Komp.Colombo, Depok, Yogyakarta
19	The Cangkringan Jogja Spa & Villa	1 Raya Merapi Golf, Desa Umbulharjo, Ca Cangkringan, Yogyakarta
20	Hotel New Saphir Yogyakarta	Jl. Laksda Adisucipto No. 38 Yogyakarta
21	Puri Artha Hotel Yogyakarta	Jl. Cendrwasih 36, Demangan Baru Yogyakarta
22	The Jayakarta Yogyakarta	Jl. Laksda Adisucipto KM.8 Depok, Yogyakarta

Sumber : <http://latihanterbaru.blogspot.com/2015/06/tempat-fitness-di-jogja-dan-alamat.html>

Dari data beberapa banyaknya pusat kebugaran diatas menunjukkan bahwa pengelola penyedia layanan pusat kebugaran harus bersaing demi kemajuan perusahaan dan untuk mendapatkan pelanggan yang sebanyak-banyaknya dengan menawarkan berbagai program seperti kelengkapan alat, fasilitas dan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memuaskan pelanggannya.

Para pengelola tempat kebugaran bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para member, pelayanan merupakan penggambaran karakteristik langsung dari suatu produk, seperti performan, keandalan, kemudahan dalam penggunaan, estetika dan sebagainya, secara strategis kualitas pelayanan diartikan sebagai segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (Goen, 2007: 1). Para pengelola klub kebugaran berusaha meningkatkan kualitas pelayanan mereka dengan menerapkan sistem manajemen tertentu. Pelanggan selalu mencari jasa yang dapat memberikan kepuasan tertinggi bagi dirinya, dengan batasan biaya, pengetahuan dan

pendapatan pelanggan itu sendiri. Kepuasan dapat diartikan rasa senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kinerja di bawah harapan berarti pelanggan tidak puas tetapi jika kinerja melebihi harapan berarti pelanggan puas atau senang (Kotler, 2002: 42). Pelanggan pada era ini mempunyai pengetahuan yang luas, sehingga mereka cenderung membandingkan nilai aktual yang diterima dalam pembelian suatu jasa dengan nilai yang diharapkan. Hal ini mempengaruhi kepuasan yang diterima pelanggan dan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap menjadi pelanggan dipusat kebugaran tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Femi Apriyani (2006: 2) seorang pelanggan dapat mengalami berbagai derajat kepuasan. Kinerja produk kurang dari harapan, pelanggannya kecewa. Kinerja sepadan dengan harapan maka pelanggan puas.

Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli dan mereka akan memberi tahu yang lain tentang pengalaman baik mereka dengan produk tersebut. Kepuasan yang datang tentunya tidak lepas dari kualitas, menurut Rambat Lupiyoadi yang dikutip oleh Femi Apriyani (2006: 11), kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Karena belum pernah dilaksanakan penelitian di *Merapi View Gym* dan mengacu pada

permasalahan yang dibahas diatas peneliti ingin mengetahui berapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym*.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, bahwa kunci utama dan terpenting untuk kelangsungan pusat-pusat kebugaran adalah kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan dapat diperoleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang diberikan.

Atas dasar hal tersebut, maka berbagai permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Lengkapnya alat fitnes dan fasilitas belum tentu mendukung pelayanan member dengan baik
2. Semakin ramainya persaingan dibidang penyedia layanan jasa kebugaran
3. Karena belum pernah dilakukan penelitian mengenai tingkat kepuasan pelanggan di *Merapi View Gym*
4. Belum diketahuinya tingkat kepuasan pelanggan di *Merapi View Gym*

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah diatas dan kemampuan peneliti, tenaga, biaya, dan waktu, maka dalam penelitian ini akan membatasi masalah pada kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap kualitas jasa pelayanan pusat kebugaran.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah
“Berapa besar kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym*?”

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym*.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkaitan yaitu:

1. Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dalam bidang pengelolaan pelayanan kebugaran, khususnya tentang masalah kualitas jasa pelayanan pada *fitness center*. Selain itu peneliti dapat menerapkan teori yang diperoleh di bangku kuliah ke dalam praktek yang sesungguhnya.

2. Merapi View Gym

Merupakan masukan dan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam menerapkan kebijakan perusahaan.

3. Civitas Akademika

Sebagai wacana untuk menambah wawasan bidang pengelolaan bagi para civitas akademika olahraga agar tidak terpancang kepada olahraga semata tetapi juga diharapkan bisa menerapkan disiplin ilmu yang lain dipadukan dengan ilmu keolahragaan.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Diskripsi Teori

1. Hakikat Kualitas

Pengertian atau definisi kualitas mempunyai cakupan yang sangat luas, relatif, berbeda-beda dan berubah-ubah, sehingga definisi dari kualitas memiliki banyak criteria dan sangat bergantung pada konteksnya terutama jika dilihat dari sisi penilaian akhir konsumen dan definisi yang diberikan oleh berbagai ahli serta dari sudut pandang produsen sebagai pihak yang menciptakan kualitas. Konsumen dan produsen itu berbeda dan akan merasakan kualitas secara berbeda pula sesuai dengan standar kualitas yang dimiliki masing-masing. Begitu pula para ahli dalam memberikan definisi dari kualitas juga akan berbeda satu sama lain karena mereka membentuknya dalam dimensi yang berbeda.

Kualitas pada umumnya tidak mudah untuk didefinisikan dengan cepat, tetapi kualitas dapat dirinci. Menurut Fandy Tjiptono (2000: 511) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Rambat Lupiyoadi (2001: 144) kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya yang telah ditentukan dan bersifat laten.

Dari kedua pengertian diatas dapat ditentukan suatu konsep dari kualitas itu sendiri, bahwa aspek yang sangat penting dalam menentukan kualitas yang berhubungan dengan peranan pelayanan terhadap pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Fandy Tjiptono (2002: 58) pelayanan yang unggul diartikan sebagai suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Empat pokok dalam konsep ini yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan.

Salah satu komponen di atas atau tidak ada atau kurang lengkap, suatu jasa atau pelayanan tidak menjadi “*excellent*”. Setiap karyawan dituntut untuk memiliki keterampilan tertentu diantaranya yaitu berpenampilan rapi, ramah, memperlihatkan kinerja yang serius, mempunyai gairah untuk selalu siap melayani, dan tenang dalam bekerja supaya mencapai tingkat “*excellent*”.

Kualitas dapat diartikan dari dua perspektif, yaitu dari sisi konsumen dan sisi produsen. Pada dasarnya konsep dari kualitas sering dianggap sebagai kesesuaian, keseluruhan ciri-ciri atau karakteristik suatu produk yang diharapkan oleh konsumen. Pengertian kualitas menurut *American Society For Quality* yang dikutip oleh Heizer dan Render (2006: 253) *Quality is the totality of features and characteristic of a product or service that bears on it's ability to satisfy stated or implied need*. Artinya kualitas atau mutu adalah keseluruhan corak dan karakteristik dari produk atau jasa yang

berkemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang tampak jelas maupun yang tersembunyi. Kualitas yang baik menurut produsen adalah apabila produk yang dihasilkan oleh perusahaan telah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan oleh perusahaan. Sedangkan kualitas yang jelek adalah apabila produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi standar yang telah ditentukan serta menghasilkan produk rusak. Perusahaan dalam menentukan spesifikasi produk juga harus memperhatikan keinginan dari konsumen, sebab tanpa memperhatikan itu produk yang dihasilkan oleh perusahaan tidak akan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang lebih memperhatikan kebutuhan konsumen. Kualitas yang baik menurut sudut pandang konsumen adalah jika produk yang dibeli tersebut sesuai dengan keinginan, memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhan dan setara dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen. Apabila kualitas produk tersebut tidak dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, maka mereka akan menganggapnya sebagai produk yang berkualitas jelek. Kualitas tidak bisa dipandang sebagai suatu ukuran sempit yaitu kualitas produk semata-mata. Hal itu bisa dilihat dari beberapa pengertian tersebut di atas, dimana kualitas tidak hanya kualitas produk saja akan tetapi sangat kompleks karena melibatkan seluruh aspek dalam organisasi serta diluar organisasi.

Secara konfesional, kualitas pelayanan diartikan dengan penggambaran karakteristik langsung dari suatu produk, seperti

performan, keandalan, kemudahan dalam penggunaan, estetika dan sebagainya, secara strategis kualitas pelayanan diartikan sebagai segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (Goen, 2007: 1)

Menurut Wyckof yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2000: 59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Rambat Lupiyoadi (2001: 148) kualitas pelayanan diartikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu: *expected service*, dan *perceived service* (Parasuraman yang dikutip oleh Fandy Tjiptono, 2000: 60). *Perceived service* terjadi apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. *Expected service* terjadi jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, sehingga jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Juran dan Deming (2007) yang dikutip oleh Femi Apriyani mengatakan bahwa karakteristik kualitas pada zaman modern sekarang dapat dicirikan dalam lima aspek, yaitu: berorientasi pada pelanggan, adanya partisipasi aktif yang dipimpin oleh manajemen puncak, adanya pemahaman dari setiap orang terhadap tanggung jawab spesifik untuk berkualitas, adanya aktivitas yang

berorientasi pada tindakan pencegahan kerusakan, dan adanya filosofi yang menganggap bahwa kualitas merupakan jalan hidup (*way of life*).

Pada umumnya langkah pertama penilaian kualitas pelayanan adalah menentukan apa yang diukur, walaupun ada berbagai macam pandangan tentang kriteria –kriteria pokok yang dijadikan penilaian oleh pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono (2000: 97) kriteria pokok yang dijadikan penilaian oleh pelanggan terhadap kualitas pelayanan , antara lain: produk dasar suatu jasa dan penawaran jasa yang diperluas.

Menurut Gummesson yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2000: 98) ada empat sumber kualitas yang menentukan kualitas jasa pelayanan, yaitu:

- a. *Design quality*, yang menjelaskan bahwa kualitas jasa ditentukan pada waktu pertama jasa didesain untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
- b. *Production quality*, yang menjelaskan bahwa kualitas jasa ditentukan oleh kerjasama departemen manufaktur dan departemen pemasaran.
- c. *Delivery quality*, yang menjelaskan bahwa kualitas jasa dapat ditentukan oleh janji perusahaan kepada pelanggan.

Relationship quality, yang menjelaskan bahwa kualitas jasa ditentukan oleh hubungan profesional dan sosial antara perusahaan

dan *stakeholder* (pelanggan, pemasok, agen, dan pemerintah serta karyawan perusahaan).

Dalam mengembangkan suatu mekanisme pemberian pelayanan yang memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan, perlu diketahui hal-hal sebagai berikut:

- a. Mengetahui apa yang pelanggan pikirkan tentang perusahaan, pelayanan perusahaan, dan pesaing perusahaan.
- b. Mengukur dan meningkatkan kinerja perusahaan.
- c. Mempergunakan kelebihan perusahaan ke dalam pemilahan pasar.
- d. Memanfaatkan kelemahan perusahaan ke dalam peluang pengembangan sebelum orang lain memulainya.
- e. Membangun wahana komunikasi internal, sehingga setiap orang tahu apa yang mereka kerjakan.
- f. Menunjukkan komitmen terhadap kualitas dan pelanggan perusahaan.

2. Hakikat Pelayanan

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Adrian Payne (2011: 25) mengemukakan pelayanan sebagai:

“Suatu kegiatan yang memiliki unsur ketidakberwujudan yang berhubungan dengannya, melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan”

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan merupakan suatu produk yang tidak berwujud dirancang untuk membuat seseorang menjadi puas, namun tidak adanya perpindahan kepemilikan atas produk tersebut.

3. Hakikat Jasa

Menurut Kotler (1998: 83) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Jasa merupakan produk yang tidak kelihatan dan memiliki karakteristik yang berbeda dengan karakteristik produk yang berupa barang. Ada pun karakteristik jasa menurut Kotler (1998: 84-86) adalah sebagai berikut:

- a. Tidak berwujud, berbeda dengan produk fisik, tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum dibeli.
- b. Kualitas mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- c. Kualitas mencakup produk, tenaga kerja, proses dan lingkungan.
- d. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Sifat khas mutu atau kualitas suatu produk yang andal harus multidimensi karena harus member kepuasan dan nilai manfaat yang

besar bagi konsumen dengan melalui berbagai cara. Oleh karena itu, sebaiknya setiap produk harus mempunyai ukuran yang mudah dihitung (misalnya, berat, isi, luas) agar mudah dicari konsumen sesuai dengan kebutuhannya. Disamping itu harus ada ukuran yang bersifat kualitatif, seperti warna yang unik dan bentuk yang menarik. Terdapat spesifikasi barang untuk setiap produk, walaupun satu sama lain sangat bervariasi tingkat spesifikasinya .

Menurut Parasuraman, dkk, 1985 yang dikutip Fandi Tjiptono (2002: 69), dimensi kualitas jasa adalah sebagai berikut:

a. Reliability

Mencakup dua pokok yaitu konsistensi kerja dan kemampuan kerja (*performance dan desedability*)

b. Responsiveness

Kemampuan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan.

c. Competence

Setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa.

d. Access

Meliputi kemudahan untuk dihubungi

e. Courtesy

Meliputi sopan santun, *respect*, perhatian, dan keramahan yang dimiliki para contact personal, kontak pribadi.

f. Communication

Memberikan informasi pada pelanggan dalam bahasa yang mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mereka.

g. Credibility

Mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya.

h. Security

Aman dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial security*), dan kerahasiaan (*confidentiality*).

i. Understanding/knowning the Costumer

Memahami kebutuhan pelanggan.

j. Tangibles

Bukti fisik dari jasa bisa berupa dari fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dan jasa.

4. Hakikat Kepuasan

Menurut Richard Oliver yang dikutip oleh Handi Irawan (2003: 3) kepuasan adalah respon dari konsumen. Kepuasan adalah penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Kepuasan adalah rasa senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harannya.

Jika kinerja dibawah harapan berarti pelanggan tidak puas tetapi jika kinerja melebihi harapan berarti pelanggan puas atau senang (Kotler, 2002: 42).

Menurut J. Supranto (2001: 2) tingkat kepuasan pelanggan bergantung pada mutu suatu produk. Suatu produk dikatakan bermutu bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli dan mereka akan memberi tahu pengalamannya atas keberhasilan menggunakan produk atau jasa tersebut kepada orang lain. Menurut Engel, et al (1991) yang dikutip oleh Fandi Tjiptono (2002: 146), kepuasan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan.

Hadi Irawan (2002: 37-39) menyatakan, dalam menentukan kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan:

- a. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan.
- b. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan

- c. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- d. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- e. Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Sementara itu, dilihat dari teori jasa, pelayanan dan kepuasan pelanggan, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut ini : (Kotler dan Amstrong (2011: 13)

- a. Faktor Berwujud (*tangible*),
Berwujud adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi. Faktor ini juga akan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, karena semakin baik kualitas dari fasilitas-fasilitas yang digunakan dalam pemberian jasa akan semakin baik pula tingkat kepuasan pelanggan.
- b. Faktor Keandalan (*reliability*),
Keandalan adalah kemampuan penyedia layanan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan konsisten dan terpercaya. Kepuasan pelanggan akan terpenuhi apabila kualitas produk/jasa yang diberikan sesuai dengan janjinya kepada para pelanggan.
- c. Faktor Ketanggapan (*responsiveness*),
Ketanggapan adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap. Ketanggapan akan memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan pelanggan, karena tanggapan yang baik akan memberikan nilai kepuasan yang baik pula.

- d. Faktor Keyakinan (*confidence*),
Keyakinan adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau “*assurance*”. Jadi, pelanggan akan merasa puas apabila ada jaminan terhadap kualitas layanan yang diberikan penyedia jasa maupun terhadap keamanan barang yang dibawa pelanggan.
- e. Faktor Empati (*emphaty*),
Empati adalah adanya rasa peduli, pemberian perhatian pribadi bagi pelanggan. Hal ini menjadi penting karena kepuasan pelanggan juga akan tercapai apabila timbul rasa nyaman yang dialami oleh pelanggan dalam menggunakan jasa pelayanan yang diberikan.

5. *Fitness Center Merapi View*

Fitness Center Merapi View terletak di Kompleks PERUMAHAN PESONA MERAPI Kav. D26 Jalan Kaliurang km 9,5 Yogyakarta. Letaknya yang strategis dan tempat yang nyaman sehingga banyak pengunjung yang berdatangan di tempat *fitness* tersebut, baik dari kalangan mahasiswa, pekerja, artis dan atlet binaraga maupun bukan atlet.

Fasilitas yang dibangun di *Fitness Center Pesona Merapi* adalah tempat olahraga yang luas, ruang *kardiorespirasi*, terdapat juga area untuk jogging dan kolam renang, terdapat juga tempat senam *aerobic* yang biasa diikuti pada hari senin, rabu dan jumat, untuk fasilitas lain ada juga, sekolah tenis, lapangan tenis, seni beladiri aikido, mushola dan tempat parkir yang luas. Semuanya dapat mendukung kenyamanan *members*.

Fitness Center Pesona Merapi juga mempunyai instruktur atau *programmer* yang berpengalaman di dunia kebugaran, kesehatan, dan juga mengetahui tentang macam-macam jenis suplemen, sehingga

memudahkan *members* untuk menjalankan program yang diinginkannya, karena instruktur membuat program latihan untuk *members* dan pengarahannya yang cocok untuk digunakan, bila diinginkan, dan memperkenalkan alat-alat yang belum diketahui oleh *members*. Sedangkan jam buka di *Fitness Center* Pesona Merapi di mulai pukul 7.00 WIB dan tutup pukul 20.00 WIB dan di tempat ini buka dari hari senin sampai sabtu dan minggu libur.

B. Penelitian yang Relevan

Sebagai acuan dalam penelitian ini, peneliti mencoba menggunakan penelitian yang dilakukan oleh :

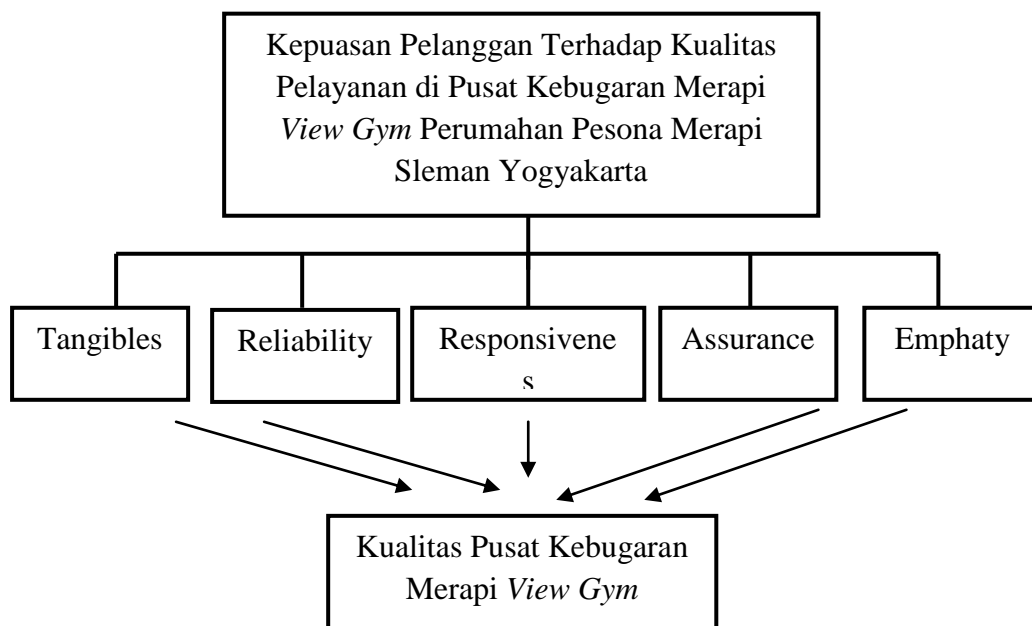
1. Femi Apriyani (2006) dengan judul “Indeks Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan *Cakra Sport Centre*”. Hasil penelitian diperoleh rata-rata Indeks Kepuasan Pelanggan sebesar 0,08. Analisis terhadap hasil penelitian tersebut jika disesuaikan dengan teori J. Supranto (2001: 234), yang menyatakan bahwa apabila IKP negatif berarti pelanggan kecewa, IKP nol berarti pelanggan puas dan apabila IKP positif berarti pelanggan sangat puas, maka hasil penelitian IKP = 0,08 menunjukkan bahwa rata-rata kepuasan pelanggan bersifat positif, yang berarti kinerja atau pelayanan yang diterima atau dirasakan lebih besar atau sesuai harapan, yang berarti pelanggan merasa sangat puas terhadap kualitas jasa pelayanan yang diberikan *Cakra Sport Centre*.

2. Penelitian Ndaru Lelono (2008), yang berjudul “ Kualitas Pelayanan Club Arena Fitness Centre Hotel Melia Purosani Yogyakarta”. Hasil penelitian secara umum Kualitas Pelayanan Club Arena Fitness Centre Hotel Melia Purosani Yogyakarta sebesar 69,52 % berarti memuaskan. Selain itu, diketahui juga persentase dari faktor-faktor yaitu faktor *tangibles* (bukti langsung) 66,98 % berarti memuaskan, fakto *reliability* (keandalan) 70,31 % berarti memuaskan, faktor *responsiveness* (daya tanggap) 67,25 % berarti memuaskan, faktor *assurance* (jaminan) 71,79 % berarti memuaskan, dan faktor *emphaty* 71,98 % berarti sangat memuaskan.

C. Kerangka Berpikir

Kepuasan pelanggan atas pelayanan dan jasa penelitian sangat mempengaruhi nama dan citra pusat kebugaran, yang selanjutnya mempengaruhi *image* masyarakat terhadap kualitas pusat kebugaran. Oleh karena itu keberhasilan suatu perusahaan jasa yang bergerak di bidang kebugaran untuk memenangkan persaingan pasar maka sangat dipengaruhi oleh hubungan baik yang terjalin dengan para pelanggan sebagai konsumennya, hubungan baik ini akan terjalin apabila suatu pusat kebugaran mampu memberikan kepuasan dan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya, sehingga ada rasa saling memiliki dan kebersamaan untuk mencapai tujuan latihan yang diinginkan. Untuk itu pusat kebugaran sebagai lembaga penyedia jasa harus melakukan evaluasi

terhadap problema yang dihadapi pelanggan dan harapan pelanggan kaitannya dengan pelayanan dan jasa pelatihan yang diberikan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan berdampak pada akan kembalinya pelanggan untuk menggunakan jasa pelayanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dan hal itu secara otomatis menjadi suatu pemasaran yang efektif.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan studi deskriptif untuk mengumpulkan data dan informasi yang mendukung dalam penelitian ini. Menurut J. Supranto (2001: 237) yang dikutip oleh Arif Budiarto, metode deskriptif kuantitatif dipergunakan untuk pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat dan tujuannya adalah untuk mencari gambaran yang sistematis, fakta yang akurat.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di pusat kebugaran *Merapi View Gym*, Pesona Merapi jalan Palagan Sleman Yogyakarta.

2. Waktu Penelitian

Penelitian di pusat kebugaran *Merapi View Gym* ini dilaksanakan pada bulan September 2014.

C. Definisi Operasional Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan member atas kualitas pelayanan dan jasa. Untuk mengukur kepuasan member Merapi View Gym terhadap kualitas jasa pelayanan tersebut maka peneliti menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan yang meliputi dimensi bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan *emphaty*.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Suharsimi A.,1999: 115). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 1997: 57). Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah member pusat kebugaran *Merapi View Gym*.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 1997: 57). Pada penelitian ini menggunakan metode teknik sampling kebetulaan (*Accidental Sampilng*) (Husaeni Usman dan Purnomo Setiady, 1995: 4), merupakan pengambilan sampel yang dilakukan terhadap member *Merapi View Gym* yang kebetulan dijumpai pada saat pengambilan data yang berjumlah 30 responden dengan kriteria laki-laki, member aktif maupun tidak aktif dan bersedia mengisi angket penelitian. Menurut Guilford (1987) yang dikutip J. Suprpto (2001: 239), dimana semakin besar sampel (makin besar nilai n = banyaknya elemen sampel) akan memberikan hasil akurat

E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah angket tertutup yang berisikan butir-butir pernyataan yang harus dijawab oleh member *Merapi View Gym* yang akan dijadikan data penelitian oleh penulis.

Menurut Sutrisno Hadi (1991: 7) dalam menyusun instrumen langkah langkah pokok yang harus diperhatikan yaitu:

- a. Mendefinisikan konstruk, berarti membatasi variabel yang akan diukur. Peubah pertama yang akan diukur adalah tingkat kepuasan yang akan diterima anggota pusat kebugaran dari jasa pelayanan pusat kebugaran tersebut.
- b. Menyidik faktor, yaitu unsur atau faktor-faktor dari variabel diatas dijabarkan menjadi faktor-faktor yang diukur. Faktor-faktor itu dijadikan tolak ukur untuk menyusun instrumen berupa pernyataan-pernyataan yang diajukan pada responden.
- c. Menyusun butir-butir pernyataan berdasarkan pada isi faktor

Untuk mengukur kepuasan di bidang jasa, peneliti menggunakan metode *surQual*. Metode ini melakukan pengukuran terhadap lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangibles*, *emphaty*, *reliability*, *responsivness*, *assurance* (Hadi Irawan, 2002: 129). Kemudian kelima dimensi tersebut dijabarkan kedalam beberapa atribut dan indikator.

Setiap pernyataan dilengkapi dengan alternatif jawaban yang disusun berdasarkan skala likert yang dimodifikasi. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert berisi lima tingkatan jawaban mengenai ketersetujuan responden terhadap statemen atau pernyataan yang dikemukakan melalui opsi jawaban yang disediakan (Sugiyono, 2010: 135). Skala ini terdiri atas lima alternatif jawaban, yaitu “Sangat Setuju” (SS), “Setuju” (S), “Belum Memutuskan” (BM), “Tidak Setuju” (TS), “Sama Sekali Tidak Setuju” (STS). Modifikasi skala ini meniadakan kategori jawaban yang di tengah agar tidak terjadi kecenderungan responden untuk menjawab alternatif jawaban “Belum Memutuskan” karena hal tersebut memberikan jawaban yang meragukan. Penskoran jawaban dari setiap responden pada tiap-tiap butir seperti tercantum pada Tabel 2.

Tabel. 2 Penskoran Jawaban Responden

Jawaban	Skor Pertanyaan Positif	Skor Pertanyaan Negatif
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Tabel 3. Kisi-kisi Angket

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jml
Kepuasan member pusat kebugaran	Tangibles	1. Alat dan Fasilitas 2. Penampilan Instruktur	1,*2,3 4,5	3 2
	Reliability	1. Keajegan	6,7	2
		2. Perhatian dan pelayanan kepada anggota	8,*9	2
		3. Kinerja dan profesionalisme instruktur	10,*11	2
	Responsivenes	1. Respon terhadap masukan dan kesulitan anggota	12,13	2
		2. Penghargaan dari anggota	14,15	2
	Assurance	1. Kesesuaian Pelaksanaan program	16,17,18	3
		2. Jaminan instruktur yang berkualitas	19,20,21	3
		3. Jaminan keamanan dan keselamatan	22,23,24,25	4
	Emphaty	1. Komunikasi	26,27	2
2. Kemudahan		28,29,30	3	
Jumlah				30

Sumber : Arif Budiarto (2000)

Keterangan : Tanda (*) merupakan butir pernyataan negatif

2. Teknik Pengumpulan Data

Prosedur, rencana pengumpulan data disusun menurut kronologis.

Teknik pengumpulan data menggunakan angket tertutup dengan jawaban langsung.

3. Uji Coba Instrumen

Sampel yang diambil digunakan untuk uji coba instrumen diambil dari member *Virenka Gym Fitness Center* di Melikan Kidul Bantul yang berjumlah 30 responden.

a. Uji Validitas

Sebelum instrumen digunakan untuk mengambil data penelitian dilakukan lebih dahulu pengujian terhadap baik tidaknya semua pertanyaan dalam instrumen. Suharsimi Arikunto (2003: 59) menyatakan bahwa “Sebuah tes dikatakan valid apabila tes tersebut mengukur apa yang hendak diukur”.

Adapun pengujiannya dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* :

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2} \sqrt{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}}$$

r_{xy}	: Korelasi product moment
N	: Jumlah kasus
ΣX	: Jumlah x
ΣX^2	: Jumlah x2
ΣY	: Jumlah y
ΣY^2	: Jumlah y2
ΣXY	: Jumlah perkalian antara x dan y

(Suharsimi Arikunto, 2006: 274)

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya harga koefisien uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara r_{hitung}

dengan r_{tabel} pada taraf signifikan 5%. Semakin besar nilai r_{hitung} maka semakin valid data yang digunakan, sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka validitas diragukan. Asumsi secara umum adalah jika nilai *corrected item total correlation* lebih besar dari 0,3061 maka pernyataan tersebut dapat dikatakan valid. Nilai r_{tabel} diperoleh dari rumus N-2.

b. Uji Reliabilitas

Agar suatu instrumen itu dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data maka perlu digunakan uji reliabilitas. Reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kepercayaan suatu instrumen. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha yang dinyatakan oleh Suharsimi Arikunto, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11}	= Reliabilitas Instrumen
k	= Banyaknya butir pertanyaan
$\sum \sigma_b^2$	= Jumlah varians butir
σ_t^2	= Varians butir

(Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Secara teknis proses perhitungan dapat diselesaikan dengan menggunakan Program *SPSS seri 16.0*, kemudian hasilnya diinterpretasikan terhadap koefisien korelasi yang dikutip oleh Suharsimi Arikunto (2006: 276) yaitu :

Antara 0,800 sampai dengan 1,00 = sangat tinggi

0,600 sampai dengan 0,800 = tinggi

0,400 sampai dengan 0,600 = cukup

0,200 sampai dengan 0,400 = rendah

0, 00 sampai dengan 0,200 = sangat rendah

Hasil uji reliabilitas untuk berapa besar kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym*, sebanyak 30 butir dianalisis menggunakan teknik *Alpha Cronbach* menunjukkan $r_{\text{tabel}} = 0,951$.

Reliabilitas menunjukkan tingkat kehandalan jika instrumen yang digunakan mampu menghasilkan data yang hampir sama dalam waktu yang berbeda. Besarnya koefisien Alpha yang diperoleh menunjukkan koefisien reliabilitas instrumen.

F. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang telah terkumpul, peneliti menggunakan teknik deskriptif dengan persentase yang bertujuan untuk mengetahui kepuasan member terhadap kualitas pelayanan pusat

kebugaran *Merapi View Gym*. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Memberikan skor tiap responden pada tiap-tiap butir.
2. Menjumlahkan skor setiap responden pada tiap-tiap butir.
3. Menentukan kriteria sebagai patokan penelitian. Data akan dikategorikan menjadi lima kategori berdasarkan nilai mean dan standar deviasi. Pengategorian data menggunakan kriteria sebagai berikut (Anas Sudijono, 2000: 161):

Baik Sekali	: $X \geq M + 1,5 \text{ SD}$
Baik	: $M + 0,5 \text{ SD} \leq X < M + 1,5 \text{ SD}$
Sedang	: $M - 0,5 \text{ SD} \leq X < M + 0,5 \text{ SD}$
Kurang	: $M - 1,5 \text{ SD} \leq X < M - 0,5 \text{ SD}$
Kurang Sekali	: $X < M - 1,5 \text{ SD}$

4. Rumus yang digunakan untuk mencari besarnya persentase menurut Anas Sudijono (2006: 40) adalah :

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

Keterangan:

P : Persentase yang dicari

F : Frekuensi

N : *Number of Cases* (jumlah individu)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi, Waktu dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada bulan September, tahun 2014 di Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta. Adapun subjek penelitiannya adalah member fitness Merapi View Gym yang kebetulan sedang melakukan latihan di pusat kebugaran tersebut yang berjumlah 30 responden.

B. Deskripsi Data Uji Coba Angket

Penelitian ini diawali dengan mengadakan uji coba sebanyak 30 item pertanyaan. Tujuan uji coba ini untuk mengetahui validitas dan reliabilitas tidaknya setiap item sebelum angket digunakan sebagai alat penelitian yang sebenarnya. Adapun hasil uji validitas dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Hasil Uji Validitas

- a. Hasil uji validitas untuk berapa besar kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* sebanyak 30 item tersebut semuanya dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

- a. Hasil uji reliabilitas untuk berapa besar kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym*, sebanyak 30 item dianalisis menggunakan teknik *alpha cronbach* menunjukkan $r_{tt} = 0.951$. Sesuai dengan interpretasi dari Suharsimi

Arikunto (2006 : 276) maka dapat dinyatakan memiliki reliabilitas cukup karena berada pada interval 0,800 – 1,00.

C. Deskripsi Data Penelitian

Member fitness Merapi View Gym yang kebetulan sedang melakukan latihan di pusat kebugaran tersebut berjumlah 30 responden. Data diperoleh dari angket yang terdiri dari 30 item pertanyaan, angket tersebut terdiri dari lima indikator, yaitu: *tangibles*, *reliability*, *responsivnes*, *assurance*, *emphaty*, sehingga perlu dideskripsikan hasil secara keseluruhan dan hasil dari masing-masing indikator. Data dikategorikan menjadi lima kategori berdasarkan nilai mean dan standar deviasi yang diperoleh. Berikut skor baku dengan penilaian lima kategori yang digunakan untuk mendiskripsikan data berapa besar kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* berdasarkan rumus Anas Sudijono, (2000: 161) sebagai berikut:

Tabel 4. Skor Baku Kategori

No.	Rentang Norma	Kategori
1	$X \geq M + 1,5 \text{ SD}$	Baik sekali
2	$M + 0,5 \text{ SD} \leq X < M + 1,5 \text{ SD}$	Baik
3	$M - 0,5 \text{ SD} \leq X < M + 0,5 \text{ SD}$	Sedang
4	$M - 1,5 \text{ SD} \leq X < M - 0,5 \text{ SD}$	Kurang
5	$X < M - 1,5 \text{ SD}$	Kurang sekali

D. Hasil Penelitian

Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta

Hasil penelitian kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* memperoleh nilai maksimum sebesar 108 dan nilai minimum 93. Mean diperoleh sebesar 102,53 dan standar deviasi sebesar 3,48. Data dikategorikan menjadi lima kategori berdasarkan nilai mean dan standar deviasi yang diperoleh dengan penilaian lima kategori yang digunakan untuk mendiskripsikan data berapa besar kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym*.. Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, analisis data memperoleh hasil berapa besar kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* sebagai berikut:

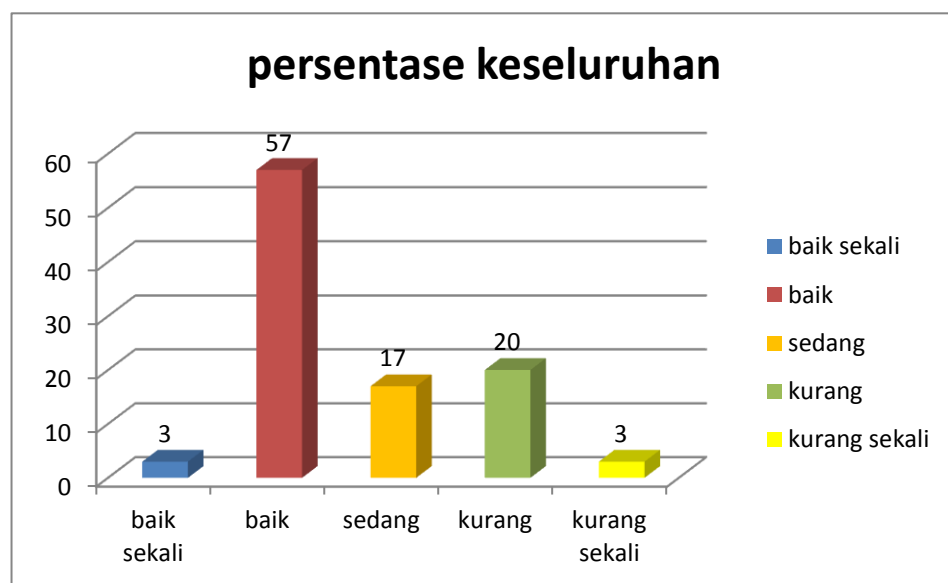
Table 5. Distribusi Frekuensi Berapa Besar Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym*.

Kelas interval	Kategori	Frekuensi	Frekuensi relatif
≥ 108	Baik Sekali	1	3 %
$104 \leq X < 108$	Baik	17	57%
$101 \leq X < 104$	Sedang	5	17 %
$97 \leq X < 101$	Kurang	6	20 %
< 97	Kurang Sekali	1	3 %
Jumlah		30	100%

Dari Tabel 5. di atas, dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan berapa besar kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* terdapat 1 orang (3%) dalam kategori baik sekali, 17

orang (57%) dalam kategori baik, 5 orang (17%) dalam kategori sedang, 6 orang (20 %) dalam kategori kurang, 1 orang (3%) dalam kategori kurang sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta adalah baik.

Dari keterangan di atas kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta dapat disajikan dalam bentuk histogram sebagai berikut:



Gambar 2. Histogram kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta

Untuk melihat hasil penelitian secara lebih mendalam, deskripsi hasil penelitian kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat

kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan masing-masing indikator adalah sebagai berikut:

- a. Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Tangibles*

Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *tangibles*. Hasil penelitian memperoleh nilai minimum sebesar 14 dan nilai maksimum 19. Mean diperoleh sebesar 17,13 dan standar deviasi sebesar 1,43. Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, analisis data memperoleh hasil berapa besar kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *tangibles* sebagai berikut:

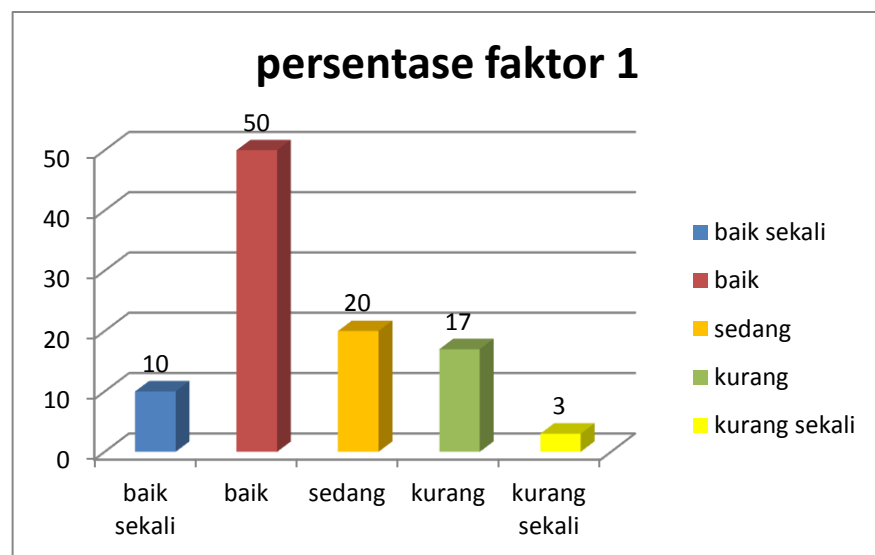
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Tangibles*

Kelas interval	Kategori	Frekuensi	Frekuensi relatif
≥ 19	Baik Sekali	3	10%
$18 \leq X < 19$	Baik	15	50 %
$16 \leq X < 18$	Sedang	6	20 %
$15 \leq X < 16$	Kurang	5	17 %
< 15	Kurang Sekali	1	3 %
Jumlah		30	100%

Dari Tabel 6. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran

Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *tangibles* terdapat 3 orang (10 %) dalam kategori baik sekali, 15 orang (50 %) dalam kategori baik, 6 orang (20%) dalam kategori sedang, 5 orang (17 %) dalam kategori kurang, 1 orang (3%) dalam kategori kurang sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *tangibles* adalah baik.

Dari keterangan Tabel 8. kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *tangibles* dapat disajikan dalam bentuk histogram sebagai berikut:



Gambar 3. Histogram Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Tangibles*

- b. Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Reliability*

Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *Reliability*. Hasil penelitian memperoleh nilai minimum sebesar 18 dan nilai maksimum 22. Mean diperoleh sebesar 20,13 dan standar deviasi sebesar 1,46. Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, analisis data memperoleh hasil kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *Reliability* sebagai berikut:

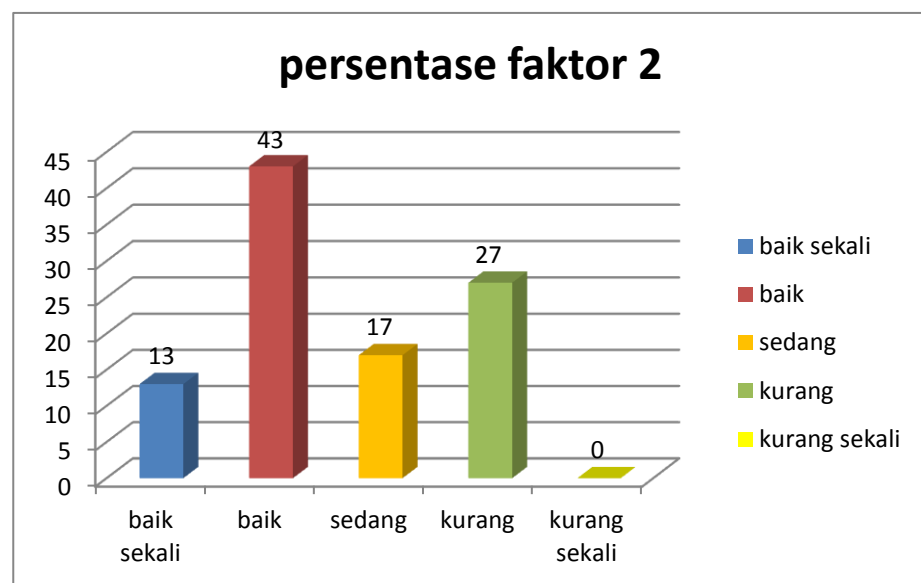
Tabel 7. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Reliability*

Kelas Interval	Kategori	Frekuensi	Frekuensi Relatif
≥ 22	Baik Sekali	4	13 %
$21 \leq X < 22$	Baik	13	43 %
$19 \leq X < 21$	Sedang	5	17 %
$18 \leq X < 19$	Kurang	8	27 %
< 18	Kurang Sekali	0	0 %
Jumlah		30	100 %

Dari tabel 7. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *Reliability* terdapat 4 orang (13 %) dalam kategori

baik sekali, 13 orang (43 %) dalam kategori baik, 5 orang (17 %) dalam kategori sedang, 8 orang (27 %) dalam kategori kurang, 0 orang (0 %) dalam kategori kurang sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *Reliability* adalah baik.

Dari keterangan di atas kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *Reliability* dapat disajikan dalam bentuk histogram sebagai berikut:



Gambar 4. Histogram Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Reliability*

- c. Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Responsiveness*

Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *responsiveness*. Hasil penelitian memperoleh nilai minimum sebesar 9 dan nilai maksimum 15. Mean diperoleh sebesar 12,83 dan standar deviasi sebesar 1,51. Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, analisis data memperoleh hasil kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *responsiveness* sebagai berikut:

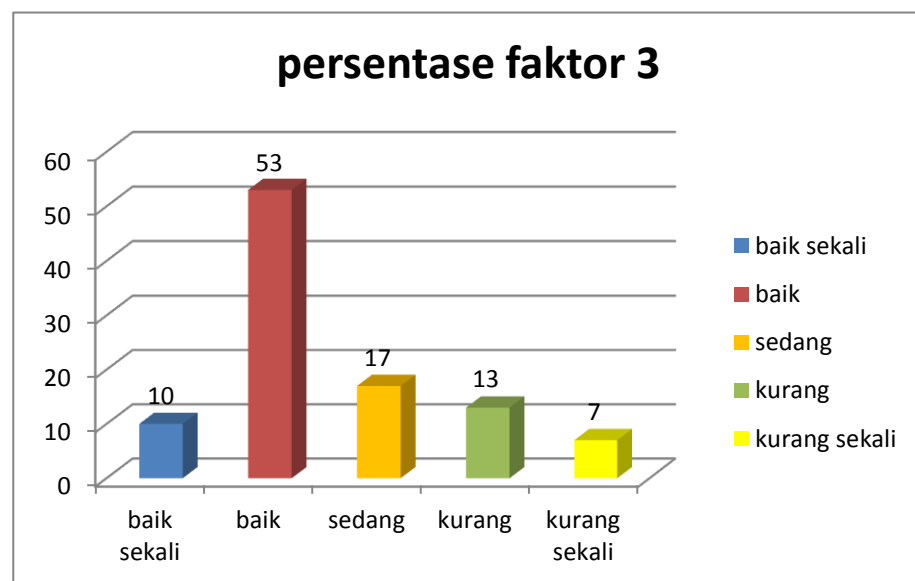
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Responsiveness*.

Kelas interval	Kategori	Frekuensi	Frekuensi relative
≥ 15	Baik Sekali	3	10 %
$14 \leq X < 15$	Baik	16	53 %
$12 \leq X < 14$	Sedang	5	17 %
$11 \leq X < 12$	Kurang	4	13 %
< 11	Kurang Sekali	2	7 %
Jumlah		30	100 %

Dari Tabel 8. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta

berdasarkan faktor *responsiveness* terdapat 3 orang (10 %) dalam kategori baik sekali, 16 orang (53 %) dalam kategori baik, 5 orang (17 %) dalam kategori sedang, 4 orang (13 %) dalam kategori kurang, 2 orang (7 %) dalam kategori kurang sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *responsiveness* adalah baik.

Dari keterangan di atas kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *responsiveness* dapat disajikan dalam bentuk histogram sebagai berikut:



Gambar 5. Histogram Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Responsiveness*

d. Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Assurance*

Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *assurance*. Hasil penelitian memperoleh nilai minimum sebesar 30 dan nilai maksimum 38. Mean diperoleh sebesar 35,03 dan standar deviasi sebesar 2,27. Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, analisis data memperoleh hasil Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *assurance* sebagai berikut:

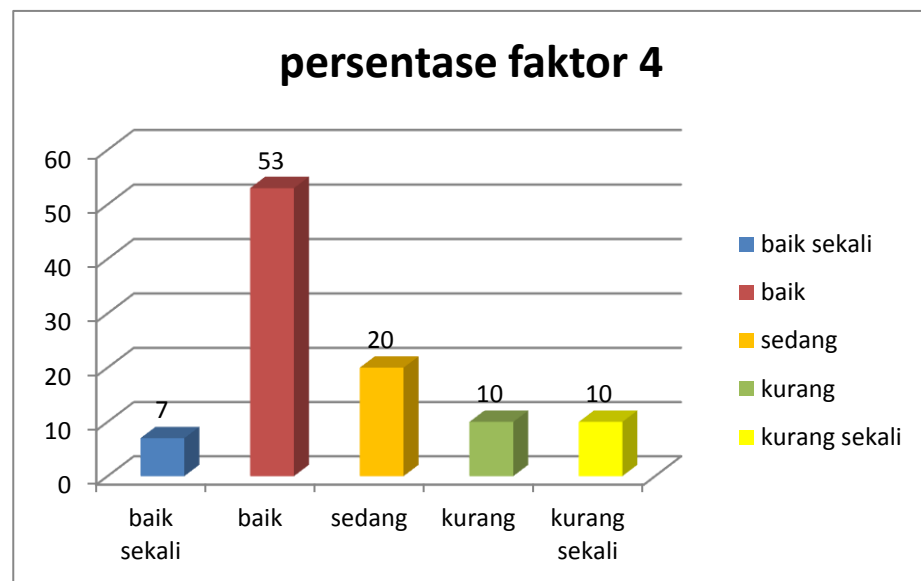
Tabel 9. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Assurance*

Kelas Interval	Kategori	Frekuensi	Frekuensi Relatif
≥ 38	Baik Sekali	2	7 %
$36 \leq X < 38$	Baik	16	53 %
$34 \leq X < 36$	Sedang	6	20 %
$32 \leq X < 34$	Kurang	3	10 %
< 32	Kurang Sekali	3	10 %
Jumlah		30	100 %

Dari Tabel 9. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *assurance* terdapat 2 orang (7 %) dalam kategori

baik sekali, 16 orang (53 %) dalam kategori baik, 6 orang (20 %) dalam kategori sedang, 3 orang (10 %) dalam kategori kurang, 3 orang (10 %) dalam kategori kurang sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *assurance* adalah baik.

Dari keterangan di atas kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *assurance* dapat disajikan dalam bentuk histogram sebagai berikut:



Gambar 6. Histogram Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Assurance*

- e. Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Emphaty*

Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *emphaty*. Hasil penelitian memperoleh nilai minimum sebesar 15 dan nilai maksimum 20. Mean diperoleh sebesar 17,40 dan standar deviasi sebesar 1,33. Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, analisis data memperoleh hasil kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *emphaty* sebagai berikut:

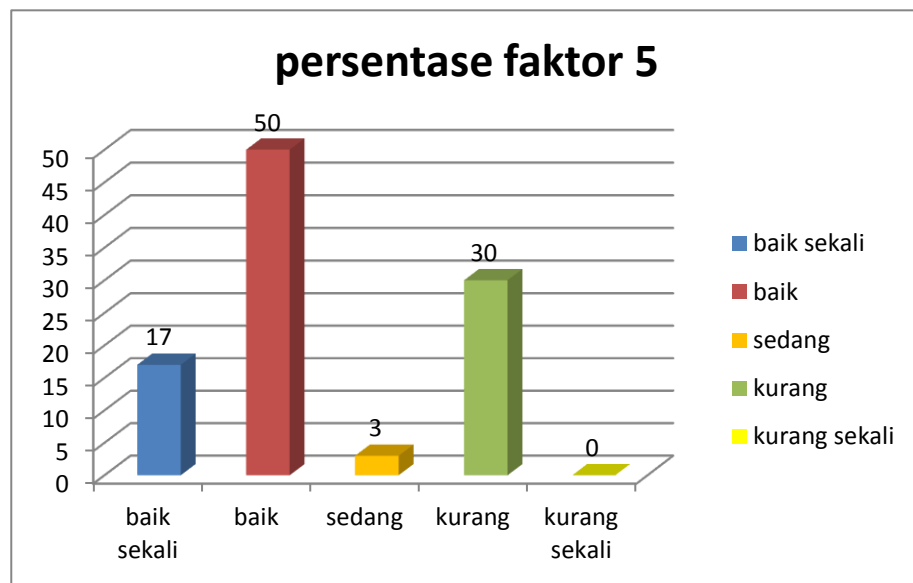
Tabel 10. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *emphaty*

Kelas Interval	Kategori	Frekuensi	Frekuensi Relatif
≥ 19	Baik Sekali	5	17 %
$18 \leq X < 19$	Baik	15	50 %
$17 \leq X < 18$	Sedang	1	3 %
$15 \leq X < 17$	Kurang	9	30 %
< 15	Kurang Sekali	0	0 %
Jumlah		30	100 %

Dari Tabel 10. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *emphaty* terdapat 5 orang (17 %) dalam kategori

baik sekali, 15 orang (50 %) dalam kategori baik, 1 orang (3 %) dalam kategori sedang, 9 orang (30 %) dalam kategori kurang, 0 orang (0 %) dalam kategori kurang sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *emphaty* adalah baik.

Dari keterangan di atas kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *emphaty* dapat disajikan dalam bentuk histogram sebagai berikut:



Gambar 7. Histogram Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta Berdasarkan Faktor *Emphaty*

E. Pembahasan

Berdasarkan penghitungan data hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta terdapat 1 orang (3%) dalam kategori baik sekali, 17 orang (57 %) dalam kategori baik, 5 orang (17 %) dalam kategori sedang, 6 orang (20 %) dalam kategori kurang, 1 orang (3 %) dalam kategori kurang sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta adalah baik.

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Kepuasan adalah rasa senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harannya. Jika kinerja dibawah harapan berarti pelanggan tidak puas tetapi jika kinerja melebihi harapan berarti pelanggan puas atau senang. Tentunya kualitas pelayanan akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Jika seseorang sudah merasa puas terhadap sesuatu yang dibeli, baik barang atau jasa maka orang tersebut akan kembali memakai produk tersebut dan mungkin akan menceitakan pengalamannya menggunakan produk tersebut kepada orang lain. Tentunya ada beberapa faktor yang

mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan untuk lebih memaksimalkan kepuasan pelanggan difokuskan kedalam beberapa faktor diantaranya *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

Kepuasan pelanggan menunjukkan kategori baik dikarenakan beberapa pelayanan yang ditawarkan sudah dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh kesigapan pengelola dalam memperhatikan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mempunyai komitmen untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan. Hasil ini merupakan evaluasi untuk meningkatkan lagi kualitas pelayanan agar semakin banyak lagi pelanggan yang akan memakai pelayanan kebugaran.

Dari penghitungan melalui masing-masing faktor juga dapat diketahui kategori kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta. Adapun kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor yang ada adalah sebagai berikut:

1. Faktor *Tangibles*

Faktor *tangibles* terdapat 3 orang (10%) dalam kategori baik sekali, 15 orang (50 %) dalam kategori baik, 6 orang (20%) dalam kategori sedang, 5 orang (17 %) dalam kategori kurang, 1 orang (3%) dalam kategori kurang sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan terhadap

kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *tangibles* adalah baik.

Tangibles merupakan bukti fisik dari jasa bisa berupa dari fasilitas fisik, peralatan yang digunakan (Fandi Tjiptono, 2002: 69). Bukti fisik ini juga akan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, karena semakin baik kualitas dari fasilitas-fasilitas yang digunakan dalam pemberian jasa akan semakin baik pula tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menunjukkan kategori baik dari faktor *tangibles* karena alat-alat dan fasilitas yang digunakan di *Merapi View Gym* sudah memadai dalam menunjang kebutuhan pelanggan.

2. Faktor Reliability

Faktor *reliability* terdapat 4 orang (13 %) dalam kategori baik sekali, 13 orang (43 %) dalam kategori baik, 5 orang (17 %) dalam kategori sedang, 8 orang (27 %) dalam kategori kurang, 0 orang (0 %) dalam kategori kurang sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *reliability* adalah baik.

Kemampuan penyedia layanan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan konsisten dan terpercaya. Kepuasan pelanggan akan

terpenuhi apabila kualitas produk/jasa yang diberikan sesuai dengan janjinya kepada para pelanggan (Kotler dalam Adhen Willy Munendra (2011: 13). Dalam faktor ini tentunya diperlukan komitmen yang konsisten untuk menepati perjanjian antara pengelola dan pelanggan. Bukan hanya pengelola tetapi para pegawainya pun sudah ikut menjaga perjanjian demi kepuasan pelanggan, maka dari itu kepuasan pelanggan di faktor *reliability* sudah ada dalam kategori baik.

3. Faktor *Responsiveness*

Faktor *responsiveness* terdapat 3 orang (10 %) dalam kategori baik sekali, 16 orang (53 %) dalam kategori baik, 5 orang (17 %) dalam kategori sedang, 4 orang (13 %) dalam kategori kurang, 2 orang (7 %) dalam kategori kurang sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *responsiveness* adalah baik.

Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap. Ketanggapan akan memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan pelanggan, karena tanggapan yang baik akan memberikan nilai kepuasan yang baik pula. Pada faktor *responsiveness* sudah pada kategori baik, karena para pengelola merespon keluhan pelanggan *Merapi View Gym* dengan cepat dan tanggap demi kepuasan pelanggan .

4. Faktor *Assurance*

Faktor *assurance* terdapat 2 orang (7 %) dalam kategori baik sekali, 16 orang (53 %) dalam kategori baik, 6 orang (20 %) dalam kategori sedang, 3 orang (10 %) dalam kategori kurang, 3 orang (10 %) dalam kategori kurang sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *assurance* adalah baik.

Pelanggan akan merasa puas apabila ada jaminan terhadap kualitas layanan yang diberikan penyedia jasa maupun terhadap keamanan barang yang dibawa pelanggan. Tentunya konsentrasi pelanggan akan tidak fokus apabila dalam latihan masih memikirkan barang bawaan, sehingga latihan kurang maksimal. Faktor *assurance* ini merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk meyakinkan pelanggan dengan memberikan jaminan terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan pada kategori baik karena yang dilakukan para instruktur dalam memberikan program latihan sudah sesuai dengan metode dan dari segi keamanan pelanggan juga sudah merasa aman dengan barang bawaannya.

5. Faktor *Emphaty*

Faktor *emphaty* terdapat 5 orang (17 %) dalam kategori baik sekali, 15 orang (50 %) dalam kategori baik, 1 orang (3 %) dalam

kategori sedang, 9 orang (30 %) dalam kategori kurang, 0 orang (0 %) dalam kategori kurang sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berdasarkan faktor *emphaty* adalah baik.

Adanya rasa peduli, pemberian perhatian pribadi bagi pelanggan. Hal ini menjadi penting karena kepuasan pelanggan juga akan tercapai apabila timbul rasa nyaman yang dialami oleh pelanggan dalam menggunakan jasa pelayanan yang diberikan. Merapi fitness mampu memahami keinginan dan harapan member, sehingga pelayanan secara umum dapat memuaskan member dan instruktur mampu memberi perhatian khusus pada setiap member atau mengenal member dengan baik secara pribadi, oleh karena itu pada faktor *emphaty* ini sudah masuk kategori baik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta berkategori baik yaitu sebesar 57%.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, penelitian ini mempunyai beberapa implikasi sebagai berikut:

Hasil penelitian ini merupakan masukan yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait, yaitu: bagi pengelola *Merapi View Gym* untuk senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi kepuasan para pelanggannya, serta sebagai bahan kajian untuk lebih memahami tentang pentingnya kualitas pelayanan sebuah pusat kebugaran, sehingga dapat digunakan untuk landasan meningkatkan lagi kualitas pelayanan sehingga pelanggan pun akan semakin bertambah.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan pembatasan masalah agar penelitian yang dilakukan lebih fokus. Namun demikian dalam pelaksanaan di lapangan masih ada kekurangan atau keterbatasan, antara lain:

1. Pengumpulan data dalam penelitian ini hanya didasarkan hasil isian angket sehingga dimungkinkan adanya unsur kurang objektif dalam

proses dalam pengisian angket. Selain itu dalam pengisian angket diperoleh adanya sifat responden sendiri seperti kejujuran dan ketakutan dalam menjawab responden tersebut dengan sebenarnya. Responden juga dalam memberikan jawaban tidak berfikir jernih (hanya asal selesai dan cepat) karena faktor waktu dan latihan.

2. Faktor yang digunakan untuk mengungkap kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta sangat terbatas dan kurang, sehingga perlu dilakukan penelitian lain yang lebih luas untuk mengungkap kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta secara menyeluruh.
3. Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan rumus *product moment*, penggunaan rumus *product moment* digunakan untuk mengetahui daya beda yang ke arah tes. Untuk itu pengujian instrumen juga dapat dilakukan dengan analisis faktor.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan, dan keterbatasan penelitian mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta, maka penulis mengajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pengelola ataupun manajemen *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta untuk senantiasa meningkatkan

dan mempetahankan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi kepuasan para pelanggannya. Hasil penelitian ini dapat juga dijadikan acuan dalam memberikan masukan kepada pengelola maupun karyawan *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta untuk memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

2. Bagi peneliti yang akan datang hendaknya mengadakan penelitian lanjut jika nantinya hasil dari kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran *Merapi View Gym* Perumahan Pesona Merapi Sleman Yogyakarta masih dirasa kurang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Payne. (2011). *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*. Jakarta: Salemba Empat
- Anas Sudijono. (2006). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta : Grafindo Persada.
- Arif Budiarto. (2004). *Tingkat Kepuasan Anggota Klinik Kebugaran Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Klinik Kebugaran FIK UNY*. FIK UNY. Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset
- Fandy Tjiptono. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset
- Femi Apriyani. (2006). *Indeks Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Cakra Sport Centre*. FIK UNY. Yogyakarta
- Goen. (2007). "Artikel Sekilas Kualitas." <http://www.pos-indonesia-online.com.id/index.php?Option=articles&task> 2002. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset
- Handi Irawan. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*: Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Heizer dan Render. (2006). *Menejemen Operasi*. (Dwinoegrahwati Setyoningsih, Indra Ahmady, Terjemahan). Jakarta : Salemba Empat
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady. (1995). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : Bumi Aksara
- J. Supranto. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menentukan Pangsa Pasara*. Jakarta: Rineka Cipta
- Kotler, Philip.(1998). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi,dan Kontrol*. Jilid dua. (Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli, Terjemahan). Jakarta: Prenhalindo. Buku asli diterbitkan tahun 1997.
- Kotler. (2002). *Dasar-dasar Pemasara*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

- Philip, Kotler & Amstrong, Gary. (2011). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Ndaru Lelono. (2008). *Kualitas Pelayanan Club Arena Fitness Centre Hotel Melia Purosani Yogyakarta*. FIK UNY. Yogyakarta
- Rambat Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 1997. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Bandung. Alfabet.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta
- Suharsimi A. 1999. *Prosedur Penelitian Praktek (Edisi Revisi IV)*: Yogyakarta: PT. Rineka Cipta.
- Suharsimi A. (2003). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Suharsimi A. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Sutrisno Hadi. 1991. *Analisa Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai Dengan Basica*: Yogyakarta: Andi Offset.
- Website. <http://latihanterbaru.blogspot.com/2015/06/tempat-fitness-di-jogja-dan-alamat.html>. *Tempat Fitness di Jogja*. Diakses tanggal 11 Juli 2016.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN

Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di Pusat Kebugaran Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman, Yogyakarta

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : L / P

Umur : tahun

B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pernyataan dengan seksama

2. Pilihlah salah satu alternative jawaban sesuai dengan kenyataan dan

tanggapan anda yang sebenarnya dengan memberikan tanda *check list*/
centang (V) pada tempat yang telah disediakan.

Alternatif jawaban tersebut adalah :

SS : jika anda sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

S : jika anda setuju dengan pernyataan tersebut.

TS : jika anda tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

STS : jika anda sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Contoh :

No	Pernyataan	Pilihan			
		SS	S	TS	STS
1	Alat fasilitas yang digunakan di Merapi Fitness sudah memenuhi kenyamanan anda dalam berolahraga	V			

	Pernyataan	SS	S	TS	STS
I	Bukti Langsung (Tangibles)				
1	Alat fasilitas yang digunakan di Merapi Fitness sudah memenuhi kenyamanan anda dalam berolahraga				
2	Alat dan fasilitas yang digunakan di Merapi Fitness terdapat kerusakan yang mengurangi fungsi dari alat tersebut				
3	Kelengkapan alat dan fasilitas sudah dapat menunjang program latihan				
4	Kesopanan pakaian Instruktur sudah memenuhi standar seorang instruktur olahraga				
5	Penampilan instruktur dalam memberikan contoh penggunaan alat sudah sesuai				
II	Keandalan (Reliability)				
6	Waktu buka dan tutup Merapi Fitness yang selalu tepat waktu				
7	Jadwal Konsultasi yang diberikan oleh instruktur tepat waktu				
8	Perhatian yang diberikan kepada member sudah sangat membantu member saat mendapatkan kendala dalam latihan				
9	Kurang sigapnya para karyawandalam membantu pengunjung saat menemui kesulitan atau masalah dalam latihan				
10	Para instruktur yang bertugas selalu siap dalam membantu pelaksanaan program latihan				
11	Kurang ramahnya instruktur dalam menyampaikan program latihan				
III	Daya Tanggap (Responsiveness)				
12	Pemahaman instruktur dalam memberikan solusi atas keluhan yang diberikan oleh member sangat baik				
13	Merapi Fitness selalu merespon dengan cepat kritik dan saran yang diberikan oleh member				
14	Instruktur selalu bersedia dengan senang hati untuk membantu member				
15	Penghargaan dari Merapi fitness apabila member atau member berhasil mencapai kesuksesan program latihan				
IV	Jaminan (Assurance)				
16	Program latihan yang dilaksanakan sudah seperti yang diberikan oleh instruktur				
17	Metode latihan yang digunakan oleh instruktur sudah efektif dan efisien				
18	Pelaksanaan latihan selalu sesuai dengan program yang disusun				

19	Para instruktur sudah mempunyai pengalaman dan pengetahuan dalam menyusun program latihan				
20	Latar belakang pendidikan instruktur yang sudah sesuai dengan standar sebagai seorang instruktur fitness				
21	Kualitas instruktur dalam menyusun program latihan dapat dipertanggungjawabkan				
22	Barang bawaan yang dititipkan selalu terjaga keamanannya (misalnya kendaraan ditempat parkir atau barang berharga lainnya yang ada didalam loker)				
23	Kondisi ruangan yang sudah memenuhi standar keamanan dan keselamatan				
24	Peralatan fitness selalu dirawat dengan baik sehingga keselamatan dalam latihan selalu terjaga				
25	Ada jaminan apabila dalam melakukan latihan terjadi cedera akibat kerusakan alat				
V	Empati (Emphaty)				
26	Merapi fitness mampu memahami keinginan dan harapan member, sehingga pelayanan secara umum dapat memuaskan member				
27	Instruktur mampu memberi perhatian khusus pada setiap member atau mengenal member dengan baik secara pribadi				
28	Merapi fitness menyediakan jadwal untuk konsultasi bagi para member				
29	Merapi fitness selalu memberikan kemudahan persyaratan untuk menjadi member				
30	Member dalam menjalankan aturan yang berlaku di Merapi fitness mudah dipahami				

Lampiran 2. Koding Uji Coba Instrumen

N o	Nomer Butir																														JUMLA H	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
1	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	102	
2	4	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4	4	2	2	4	3	4	4	3	4	2	96	
3	3	3	2	3	3	4	2	2	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	2	2	3	2	87	
4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	94	
5	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	4	3	4	3	2	3	2	88	
6	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	96	
7	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	3	3	2	4	2	82	
8	3	3	2	2	3	4	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	2	89	
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	91	
10	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	115	
11	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	102
12	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	83	
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	92
14	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	95
15	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	86
16	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4	3	4	2	2	3	2	84	
17	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	85	
18	3	3	3	1	3	3	1	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	1	78	
19	3	3	1	2	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	4	2	1	3	3	3	3	3	2	3	2	77	
20	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	81	
21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	88	
22	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	74	
23	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	82	
24	3	3	2	3	3	3	1	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	78	
25	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	74	
26	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	105	
27	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	74	
28	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	75	
29	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	4	3	2	3	76	
30	2	3	1	2	3	3	1	1	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	1	3	3	1	2	2	3	2	3	3	2	1	68	

Lanjutan lampiran 2. Koding Uji Coba Instrumen berdasarkan faktor *tangibles*

No	Nomer Butir					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	3	3	3	3	4	16
2	4	3	2	3	3	15
3	3	3	2	3	3	14
4	4	4	3	3	3	17
5	3	3	2	3	3	14
6	3	3	3	4	3	16
7	2	3	2	3	3	13
8	3	3	2	2	3	13
9	3	3	3	3	3	15
10	4	4	4	3	4	19
11	3	3	3	3	3	15
12	2	3	2	3	3	13
13	3	3	3	3	3	15
14	3	3	3	3	4	16
15	2	3	2	3	3	13
16	3	3	2	3	3	14
17	3	3	3	3	3	15
18	3	3	3	1	3	13
19	3	3	1	2	3	12
20	2	3	2	3	3	13
21	3	3	2	3	3	14
22	2	3	2	2	2	11
23	3	3	3	3	3	15
24	3	3	2	3	3	14
25	3	3	2	2	2	12
26	4	4	4	3	3	18
27	3	3	3	2	2	13
28	2	3	2	3	3	13
29	2	3	2	2	3	12
30	2	3	1	2	3	11

Lanjutan lampiran 2. Koding Uji Coba Instrumen berdasarkan faktor *reliability*

No	Nomer Butir						JUMLAH
	6	7	8	9	10	11	
1	4	3	3	3	4	4	21
2	3	2	3	4	3	4	19
3	4	2	2	4	4	3	19
4	4	3	2	3	3	3	18
5	3	2	3	4	3	4	19
6	4	3	3	3	3	3	19
7	3	2	2	3	2	3	15
8	4	2	3	3	2	4	18
9	3	3	3	3	3	4	19
10	4	3	3	4	3	4	21
11	4	4	4	4	2	4	22
12	3	2	2	3	2	3	15
13	3	3	3	3	2	3	17
14	3	4	3	3	3	3	19
15	3	3	3	3	2	3	17
16	3	2	3	4	3	3	18
17	3	2	3	2	3	3	16
18	3	1	1	3	3	3	14
19	3	2	1	3	3	3	15
20	3	2	2	3	3	3	16
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	2	3	3	3	2	16
23	3	3	2	2	2	2	14
24	3	1	3	2	2	3	14
25	3	2	3	2	3	3	16
26	3	3	3	4	4	4	21
27	3	2	2	2	2	3	14
28	3	2	2	2	2	2	13
29	3	3	2	2	2	2	14
30	3	1	1	2	2	3	12

Lanjutan lampiran 2. Koding Uji Coba Instrumen berdasarkan faktor *responsiveness*

No	Nomer Butir				JUMLAH
	12	13	14	15	
1	3	3	4	4	14
2	4	3	4	3	14
3	3	2	3	3	11
4	3	3	3	3	12
5	3	2	3	3	11
6	3	3	4	3	13
7	3	2	4	3	12
8	3	3	4	3	13
9	3	3	3	3	12
10	4	4	4	4	16
11	3	3	3	3	12
12	3	3	3	3	12
13	3	3	3	3	12
14	3	3	3	4	13
15	3	3	3	3	12
16	3	2	3	3	11
17	3	3	3	3	12
18	3	2	3	3	11
19	3	2	3	3	11
20	3	2	3	3	11
21	3	3	3	3	12
22	3	2	2	2	9
23	3	2	3	3	11
24	3	2	3	3	11
25	3	2	2	2	9
26	4	4	4	3	15
27	2	2	2	2	8
28	3	2	3	3	11
29	3	3	2	3	11
30	3	3	2	3	11

**Lanjutan lampiran 2. Koding Uji Coba Instrumen berdasarkan faktor
*assurance***

No	Nomer Butir										JUMLAH
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	34
2	4	3	3	2	4	4	2	2	4	3	31
3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	30
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	32
5	3	3	3	2	4	3	2	3	4	3	30
6	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	32
7	3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	28
8	3	3	3	2	3	4	2	3	3	4	30
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	35
12	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	29
13	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	33
14	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
15	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	28
16	3	3	3	2	3	2	2	3	4	3	28
17	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
18	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
19	3	3	3	1	4	2	1	3	3	3	26
20	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	28
21	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	28
22	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	26
23	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
24	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	28
25	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	26
26	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	33
27	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	28
28	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	26
29	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	25
30	3	2	3	1	3	3	1	2	2	3	23

Lanjutan lampiran 2. Koding Uji Coba Instrumen berdasarkan faktor *emphaty*

No	Nomer Butir					JUMLAH
	26	27	28	29	30	
1	3	4	3	4	3	17
2	4	4	3	4	2	17
3	4	2	2	3	2	13
4	3	3	3	3	3	15
5	4	3	2	3	2	14
6	3	3	3	4	3	16
7	3	3	2	4	2	14
8	3	3	3	4	2	15
9	3	3	3	3	3	15
10	4	4	4	4	3	19
11	4	4	3	3	4	18
12	3	3	3	3	2	14
13	3	3	3	3	3	15
14	3	3	3	3	4	16
15	3	4	3	3	3	16
16	4	2	2	3	2	13
17	2	3	3	3	2	13
18	3	2	2	3	1	11
19	3	3	2	3	2	13
20	3	3	2	3	2	13
21	3	4	3	3	3	16
22	3	3	2	2	2	12
23	2	3	2	3	3	13
24	2	3	2	3	1	11
25	2	3	2	2	2	11
26	4	3	4	4	3	18
27	2	3	2	2	2	11
28	2	3	2	3	2	12
29	2	4	3	2	3	14
30	2	3	3	2	1	11

Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji validitas dan reliabilitas keseluruhan

VALIDITAS

Correlations

Variables=jumlah

	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
p1	.666**	.000	30
p2	.568**	.001	30
p3	.704**	.000	30
p4	.550**	.002	30
p5	.631**	.000	30
p6	.586**	.001	30
p7	.656**	.000	30
p8	.585**	.001	30
p9	.673**	.000	30
p10	.422*	.020	30
p11	.684**	.000	30
p12	.602**	.000	30
p13	.717**	.000	30
p14	.728**	.000	30
p15	.631**	.000	30
p16	.497**	.005	30
p17	.576**	.001	30
p18	.631**	.000	30
p19	.704**	.000	30
p20	.396*	.030	30
p21	.498**	.005	30
p22	.704**	.000	30
p23	.493**	.006	30
p24	.673**	.000	30
p25	.586**	.001	30

p26	.673**	.000	30
p27	.390*	.033	30
p28	.717**	.000	30
p29	.728**	.000	30
p30	.656**	.000	30
jumlah	1		30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

RELIABILITAS

CORRELATIONS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	31

2. Uji validitas dan reliabilitas berdasarkan faktor *tangibles*

Validitas

Correlations

Variables=jumlah

	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
p1	.763**	.000	30
p2	.687**	.000	30
p3	.826**	.000	30
p4	.591**	.001	30
p5	.596**	.001	30
jumlah	1		30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	6

3. Uji validitas dan reliabilitas berdasarkan faktor *reliability*

Validitas

Correlations

Variables=jumlah

	Statistics		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
p6	.583**	.001	30
p7	.633**	.000	30
p8	.706**	.000	30
p9	.780**	.000	30
p10	.574**	.001	30
p11	.728**	.000	30
jumlah	1		30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	30	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	7

4. Uji validitas dan reliabilitas berdasarkan faktor *responsiveness*

Validitas

Correlations

Variables=jumlah

	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
p12	.769**	.000	30
p13	.794**	.000	30
p14	.830**	.000	30
p15	.779**	.000	30
jumlah	1		30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	30	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	5

5. Uji validitas dan reliabilitas berdasarkan faktor *assurance*

Validitas

Correlations

Variables=jumlah

	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
p16	.557**	.001	30
p17	.659**	.000	30
p18	.561**	.001	30
p19	.778**	.000	30
p20	.449*	.013	30
p21	.489**	.006	30
p22	.778**	.000	30
p23	.625**	.000	30
p24	.603**	.000	30
p25	.628**	.000	30
jumlah	1		30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	11

6. Uji validitas dan reliabilitas berdasarkan faktor *emphaty*

Validitas

Correlations

Variables=jumlah

	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
p26	.632**	.000	30
p27	.610**	.000	30
p28	.787**	.000	30
p29	.672**	.000	30
p30	.753**	.000	30
jumlah	1		30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	6

Lampiran 4. Tabel Uji Coba Instrumen

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402

22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 5. Data Penelitian

No	Nomer Butir																														JUMLAH
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	4	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	106
2	3	3	3	3	2	2	4	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	97
3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	105
4	3	4	3	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	104
5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	107
6	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	105
7	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	104
8	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	93
9	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	1	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105
10	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	104
11	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	100
12	4	3	3	3	2	2	3	4	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	102
13	3	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	105
14	4	3	3	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	104
15	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	99
16	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	1	3	4	3	3	3	2	98
17	4	4	3	4	3	4	3	3	2	2	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	103
18	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	103
19	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	105
20	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	108
21	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	107
22	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	98
23	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	3	4	4	3	104
24	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	105
25	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	102
26	4	3	3	3	2	2	3	4	4	2	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104
27	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	2	4	4	3	98
28	4	4	3	4	3	4	4	2	2	2	4	4	3	3	2	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	102
29	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	104
30	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	104

Lanjutan lampiran 5. Koding hasil penelitian berdasarkan faktor *tangibles*

No	Nomer Butir					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	4	3	3	3	3	16
2	3	3	3	3	2	14
3	4	4	4	3	3	18
4	3	4	3	4	4	18
5	4	4	4	3	4	19
6	3	3	3	4	3	16
7	3	4	3	4	4	18
8	3	3	4	4	4	18
9	3	3	3	3	3	15
10	4	4	3	4	3	18
11	3	3	3	3	3	15
12	4	3	3	3	2	15
13	3	3	4	4	4	18
14	4	3	3	4	4	18
15	3	4	4	3	4	18
16	4	3	3	4	4	18
17	4	4	3	4	3	18
18	4	4	3	4	4	19
19	3	3	3	3	4	16
20	4	4	4	4	3	19
21	3	4	3	4	4	18
22	3	3	3	4	4	17
23	3	3	3	3	4	16
24	4	4	3	4	3	18
25	3	3	3	3	3	15
26	4	3	3	3	2	15
27	3	3	4	4	3	17
28	4	4	3	4	3	18
29	3	4	4	3	4	18
30	3	3	4	4	4	18

Lanjutan lampiran 5. Koding hasil penelitian berdasarkan faktor *reliability*

No	Nomer Butir						JUMLAH
	6	7	8	9	10	11	
1	2	4	4	4	3	3	20
2	2	4	4	4	2	3	19
3	3	4	3	4	4	3	21
4	4	4	2	2	2	4	18
5	3	4	4	4	3	3	21
6	4	3	3	3	4	4	21
7	4	3	3	4	4	4	22
8	3	3	3	3	3	3	18
9	4	3	3	4	4	4	22
10	3	3	4	4	4	3	21
11	3	3	4	4	3	3	20
12	2	3	4	4	2	3	18
13	3	4	2	4	4	4	21
14	4	4	2	2	2	4	18
15	3	4	4	4	3	3	21
16	4	3	3	3	4	4	21
17	4	3	3	2	2	4	18
18	3	3	3	4	4	3	20
19	4	3	3	4	4	3	21
20	4	3	3	4	4	3	21
21	4	3	2	4	4	4	21
22	3	3	3	3	3	3	18
23	4	3	3	4	4	4	22
24	4	3	3	3	4	4	21
25	3	3	4	4	3	3	20
26	2	3	4	4	2	3	18
27	3	4	3	4	4	4	22
28	4	4	2	2	2	4	18
29	3	4	4	4	3	3	21
30	4	3	3	3	4	4	21

**Lanjutan lampiran 5. Koding hasil penelitian berdasarkan faktor
responsiveness**

No	Nomer Butir				JUMLAH
	12	13	14	15	
1	3	3	4	4	14
2	4	3	4	3	14
3	2	3	3	4	12
4	4	4	3	4	15
5	3	4	4	2	13
6	4	3	4	2	13
7	4	3	3	2	12
8	3	2	2	2	9
9	3	3	1	4	11
10	3	2	2	3	10
11	3	3	4	4	14
12	3	4	4	3	14
13	1	4	4	4	13
14	4	4	3	3	14
15	3	3	3	2	11
16	4	3	4	3	14
17	4	4	3	1	12
18	3	3	4	4	14
19	3	3	4	4	14
20	3	2	3	3	11
21	4	3	4	4	15
22	3	4	3	3	13
23	3	3	3	3	12
24	3	4	4	4	15
25	3	4	4	3	14
26	3	3	2	3	11
27	2	4	4	3	13
28	4	3	3	2	12
29	3	3	4	3	13
30	4	4	3	2	13

Lanjutan lampiran 5. Koding hasil penelitian berdasarkan faktor *assurance*

No	Nomer Butir										JUMLAH
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	36
2	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	32
3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	36
4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	36
5	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	36
6	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
7	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	37
8	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	32
9	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	37
10	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	37
11	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	33
12	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	37
13	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	37
14	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	35
15	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	31
16	4	4	3	2	3	3	4	3	1	3	30
17	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	37
18	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	32
19	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	36
20	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	37
21	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
22	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	34
23	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	36
24	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	35
25	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	35
26	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
27	2	3	3	4	3	2	3	4	3	3	30
28	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	36
29	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	34
30	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	36

Lanjutan lampiran 5. Koding hasil penelitian berdasarkan faktor *emphaty*

No	Nomer Butir					JUMLAH
	26	27	28	29	30	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	2	4	4	4	18
3	3	4	3	4	4	18
4	4	4	3	3	3	17
5	4	4	4	3	3	18
6	4	3	3	4	4	18
7	3	3	3	2	4	15
8	4	3	3	3	3	16
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	3	3	18
11	4	4	3	4	3	18
12	4	4	3	4	3	18
13	3	3	3	4	3	16
14	4	4	3	4	4	19
15	3	4	4	3	4	18
16	4	3	3	3	2	15
17	3	4	4	3	4	18
18	4	3	4	3	4	18
19	3	4	4	3	4	18
20	4	4	4	4	4	20
21	3	3	3	3	3	15
22	4	3	3	3	3	16
23	4	3	4	4	3	18
24	4	3	3	3	3	16
25	4	4	4	3	3	18
26	4	4	4	4	4	20
27	3	2	4	4	3	16
28	3	4	3	4	4	18
29	3	3	4	4	4	18
30	2	3	4	4	3	16

Lampiran 6. Data hasil penelitian

a. Data hasil penelitian secara keseluruhan

Statistics

keseluruhan

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		1.0253E2
Std. Deviation		3.48131
Minimum		93.00
Maximum		108.00

keseluruhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	93	1	3.3	3.3	3.3
	97	1	3.3	3.3	6.7
	98	4	13.3	13.3	20.0
	99	1	3.3	3.3	23.3
	100	1	3.3	3.3	26.7
	102	4	13.3	13.3	40.0
	103	2	6.7	6.7	46.7
	104	7	23.3	23.3	70.0
	105	5	16.7	16.7	86.7
	106	1	3.3	3.3	90.0
	107	2	6.7	6.7	96.7
	108	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0		

b. Data hasil penelitian berdasarkan faktor *tangibles*

Statistics

faktor1

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		17.1333
Std. Deviation		1.43198
Minimum		14.00
Maximum		19.00

faktor1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14	1	3.3	3.3	3.3
	15	5	16.7	16.7	20.0
	16	4	13.3	13.3	33.3
	17	2	6.7	6.7	40.0
	18	15	50.0	50.0	90.0
	19	3	10.0	10.0	100.0
Total		30	100.0	100.0	

c. Data hasil penelitian berdasarkan faktor *reliability*

Statistics

faktor2

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		20.1333
Std. Deviation		1.45586
Minimum		18.00
Maximum		22.00

faktor2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	8	26.7	26.7	26.7
	19	1	3.3	3.3	30.0
	20	4	13.3	13.3	43.3
	21	13	43.3	43.3	86.7
	22	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

d. Data hasil penelitian berdasarkan faktor *responsiveness*

Statistics

faktor3

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		12.8333
Std. Deviation		1.51050
Minimum		9.00
Maximum		15.00

faktor3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	1	3.3	3.3	3.3
	10	1	3.3	3.3	6.7
	11	4	13.3	13.3	20.0
	12	5	16.7	16.7	36.7
	13	7	23.3	23.3	60.0
	14	9	30.0	30.0	90.0
	15	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

e. Data hasil penelitian berdasarkan faktor *assurance*

Statistics

Faktor4

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		35.0333
Std. Deviation		2.26645
Minimum		30.00
Maximum		38.00

Faktor4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	2	6.7	6.7	6.7
	31	1	3.3	3.3	10.0
	32	3	10.0	10.0	20.0
	33	1	3.3	3.3	23.3
	34	2	6.7	6.7	30.0
	35	3	10.0	10.0	40.0
	36	9	30.0	30.0	70.0
	37	8	26.7	26.7	96.7
	38	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

f. Data hasil penelitian berdasarkan faktor *emphaty*

Statistics

faktor5

N	Valid	30
	Missing	0
Mean		17.4000
Std. Deviation		1.32873
Minimum		15.00
Maximum		20.00

faktor5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15	3	10.0	10.0	10.0
	16	6	20.0	20.0	30.0
	17	2	6.7	6.7	36.7
	18	16	53.3	53.3	90.0
	19	1	3.3	3.3	93.3
	20	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

DOKUMENTASI



Alat dan fasilitas yang ada di Merapi View Gym



Member yang sedang melakukan latihan beban



Pengambilan data penelitian menggunakan angket



Fasilitas penunjang yang disediakan pengelola

ANGKET PENELITIAN

Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di Pusat Kebugaran Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman, Yogyakarta

A. Identitas Responden

Nama : KRIS RIYAN

Jenis Kelamin : ☒ L / ☐ P

Umur : 35 tahun

B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pernyataan dengan seksama

2. Pilihlah salah satu alternative jawaban sesuai dengan kenyataan dan

tanggapan anda yang sebenarnya dengan memberikan tanda *check list*/
centang (V) pada tempat yang telah disediakan.

Alternatif jawaban tersebut adalah :

SS : jika anda sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

S : jika anda setuju dengan pernyataan tersebut.

TS : jika anda tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

STS : jika anda sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Contoh :

No	Pernyataan	Pilihan			
		SS	S	TS	STS
1	Alat fasilitas yang digunakan di Merapi Fitness sudah memenuhi kenyamanan anda dalam berolahraga	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Pernyataan	SS	S	TS	STS
I	Bukti Langsung (Tangibles)				
1	Alat fasilitas yang digunakan di Merapi Fitness sudah memenuhi kenyamanan anda dalam berolahraga		✓		
2	Alat dan fasilitas yang digunakan di Merapi Fitness terdapat kerusakan yang mengurangi fungsi dari alat tersebut		✓		
3	Kelengkapan alat dan fasilitas sudah dapat menunjang program latihan			✓	
4	Kesopanan pakaian Instruktur sudah memenuhi standar seorang instruktur olahraga	✓			
5	Penampilan instruktur dalam memberikan contoh penggunaan alat sudah sesuai	✓			
II	Keandalan (Reliability)				
6	Waktu buka dan tutup Merapi Fitness yang selalu tepat waktu		✓		
7	Jadwal Konsultasi yang diberikan oleh instruktur tepat waktu		✓		
8	Perhatian yang diberikan kepada member sudah sangat membantu member saat mendapatkan kendala dalam latihan		✓		
9	Kurang sigapnya para karyawandalam membantu pengunjung saat menemui kesulitan atau masalah dalam latihan			✓	
10	Para instruktur yang bertugas selalu siap dalam membantu pelaksanaan program latihan		✓		
11	Kurang ramahnya instruktur dalam menyampaikan program latihan			✓	
III	Daya Tanggap (Responsiveness)				
12	Pemahaman instruktur dalam memberikan solusi atas keluhan yang diberikan oleh member sangat baik		✓		
13	Merapi Fitness selalu merespon dengan cepat kritik dan saran yang diberikan oleh member		✓		
14	Instruktur selalu bersedia dengan senang hati untuk membantu member		✓		
15	Penghargaan dari Merapi fitness apabila member atau member berhasil mencapai kesuksesan program latihan		✓		
IV	Jaminan (Assurance)				
16	Program latihan yang dilaksanakan sudah seperti yang diberikan oleh instruktur		✓		
17	Metode latihan yang digunakan oleh instruktur sudah efektif dan efisien		✓		
18	Pelaksanaan latihan selalu sesuai dengan program yang disusun		✓		

19	Para instruktur sudah mempunyai pengalaman dan pengetahuan dalam menyusun program latihan		✓		
20	Latar belakang pendidikan instruktur yang sudah sesuai dengan standar sebagai seorang instruktur fitness		✓		
21	Kualitas instruktur dalam menyusun program latihan dapat dipertanggungjawabkan		✓		
22	Barang bawaan yang dititipkan selalu terjaga keamanannya (misalnya kendaraan ditempat parkir atau barang berharga lainnya yang ada didalam loker)	✓			
23	Kondisi ruangan yang sudah memenuhi standar keamanan dan keselamatan	✓			
24	Peralatan fitness selalu dirawat dengan baik sehingga keselamatan dalam latihan selalu terjaga		✓		
25	Ada jaminan apabila dalam melakukan latihan terjadi cedera akibat kerusakan alat		✓		
V	Empati (Emphaty)				
26	Merapi fitness mampu memahami keinginan dan harapan member, sehingga pelayanan secara umum dapat memuaskan member		✓		
27	Instruktur mampu memberi perhatian khusus pada setiap member atau mengenal member dengan baik secara pribadi		✓		
28	Merapi fitness menyediakan jadwal untuk konsultasi bagi para member		✓		
29	Merapi fitness selalu memberikan kemudahan persyaratan untuk menjadi member		✓		
30	Member dalam menjalankan aturan yang berlaku di Merapi fitness mudah dipahami		✓		



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
Alamat : Jl. Kolombo No.1 Yogyakarta, Telp.(0274) 513092 psw 255

Nomor : 660/UN.34.16/PP/2014
Lamp. : 1 Eks.
Hal : Permohonan Izin Penelitian

28 Agustus 2014

Yth. : Pengelola Merapi *View Gym*
Sleman, Yogyakarta

Dengan hormat, disampaikan bahwa untuk keperluan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi, kami mohon berkenan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan izin penelitian bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta :

Nama : Riza Kurniawan
NIM : 09603141023
Jurusan/Prodi : POR/IKOR
Penelitian akan dilaksanakan pada :
Waktu : 1 September s.d. 20 September 2014
Tempat/obyek : Merapi *View Gym* Perum. Pesona Merapi
Judul Skripsi : Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Di Pusat Kebugaran Merapi *View Gym* Perum. Pesona Merapi Sleman Yogyakarta.

Demikian surat izin penelitian ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Dekan,

Dr. Rumpis Agus Sudarko, M.S.
NIP. 19600824 198601 1 001

Tembusan :

1. Kaprodi IKOR
2. Pembimbing TAS
3. Mahasiswa ybs.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
Alamat: Jl. Kolombo No. 1 telp. 513092 Yogyakarta.

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yudik Prasetyo, M. Kes

Unit Kerja : FIK UNY

Bidang Ahli : Manajemen Olahraga

Menerangkan bahwa instrumen penelitian tugas akhir skripsi saudara:

Nama : Riza Kurniyawan

NIM : 09603141023

Judul Skripsi : Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di Pusat Kebugaran Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman, Yogyakarta

Telah memenuhi persyaratan sebagai instrumen yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data.

Yogyakarta, 16 Mei 2014

Yudik Prasetyo, M. Kes
NIP 19820815 200502 1 002



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Alamat: Jl. Kolombo No. 1 telp. 513092 Yogyakarta.

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sulistiyono, M.Pd
Unit Kerja : FIK UNY
Bidang Ahli : Manajemen Olahraga

Menerangkan bahwa instrumen penelitian tugas akhir skripsi saudara:

Nama : Riza Kurniyawan
NIM : 09603141023

Judul Skripsi : Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di Pusat Kebugaran
Merapi View Gym Perumahan Pesona Merapi Sleman, Yogyakarta
Telah memenuhi persyaratan sebagai instrumen yang dapat digunakan untuk
mengumpulkan data.

Yogyakarta, 16 Mei 2014

Sulistiyono, M.Pd
NIP 19761212 200812 1 002



PT. BHUMI MERAPI ERATAMA
PROPERTI REAL ESTATE PENGEMBANG

No : 071/BME/KADIV/REALTY/XII/2014
Hal : Tanggapan Izin Penelitian
Lamp : 1 Lembar

Kepada Yth,
Drs. Rumpis Agus Sudarko, M.S
Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta.

Dengan hormat,
Menunjuk surat Bapak no: 682/UN.34.16/PP/2014, Tertanggal 12 November 2014.
Perihal Permohonan ijin penelitian di Pesona Merapi Fitness Centre, dalam rangka
penulisan tugas akhir skripsi bagi mahasiswa:


Nama : Riza Kyurniawan
NIM : 09603141023
Jurusan/Prodi : IKOR

Bersama surat ini diberikan ijin untuk melaksanakan penelitian di Pesona Merapi
Fitness Centre.
Atas kerjasamanya yang baik diucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 4 Desember 2014
Hormat Kami



PT. BHUMI MERAPI ERATAMA
PROPERTI REAL ESTATE - DEVELOPER


Ir Fakhruddin
Kadiv Realty Pesona Merapi

cc: 1. Sekretariat
2. Koordinator Sport Area

PESONA MERAPI Kav. D. 26 Jl. Kapten Haryadi Km. 1, Ngebelgede, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta 55581
Phone (0274) 881651, 881654. Fax. (0274) 881652